

Unzulässiger Einsatz von Tracking Tools durch Meta

Das OLG München hat am 18.12.2025 gleich mit zwei Entscheidungen zum in der Praxis weit verbreiteten Einsatz von Tracking Tools durch Meta geurteilt. Das Gericht spricht in beiden Fällen den Klägern einen Schadensersatz von einigen hundert Euro zu und erklärt den Einsatz der „Meta Business Tools“ in den entschiedenen Fällen für unzulässig. Weitere Entscheidungen folgen; etwa hat das OLG Dresden mit vergleichbarer Argumentation am 03.02.2026 in mehreren Parallelverfahren und das OLG Jena am 02.03.2026 in einem weiteren Verfahren vierstellige Schadensersatzansprüche zugesprochen.

Das Geschäftsmodell von Meta beruht auf personalisierter Werbung. Um diese zu ermöglichen, setzt Meta sogenannte Business Tools ein, die Daten zu den Nutzern der Plattformen speichern und sammeln. Auch viele Webseitenbetreiber machen sich dies im Online-Marketing zunutze und profitieren in ihrer Werbung gemeinsam mit Meta von einer gezielten, personalisierten Ansprache. Verwendet werden dafür auch sensible Daten wie beispielsweise Angaben zur politischen Haltung, biometrische sowie gesundheitsbezogene Daten. Die Informationen stammen von der Nutzung der Plattformen von Meta selbst und zudem von Drittseiten, sog. Offsite-Daten.

Gegen dieses Vorgehen stehen mehrere Gerichtsverfahren an, von denen einige schon durch Landgerichte entschieden wurden. Das OLG München hat mit seinen Entscheidungen ([OLG München, Urteil vom 18.12.2025 – 14 U 2300/25 e](#) und [14 U 1314/25 e](#)) nun erste obergerichtlichen Urteile gefällt. In beiden Fällen klagten Privatpersonen, die sich gegen die Datenverarbeitung durch Meta wehrten. Weitere Entscheidungen folgen; etwa haben das OLG Dresden und das OLG Jena jüngst mit entsprechender Argumentation Schadensersatzansprüche in vierstelliger Höhe zugesprochen (OLG Dresden, Urteil vom 03.02.2026 – 4 U 292/25, 4 U 293/25, 4 U 296/25; OLG Jena, Urteil vom 02.03.2026 – 3 U 31/25).

Um personenbezogene Daten zu sammeln, die auf Seiten von Drittanbietern entstehen, bietet Meta sogenannte Business Tools an.

Besucht ein Meta-Nutzer einen Online-Shop, in dem Meta-Business-Tools implementiert sind, erfasst Meta Informationen über angesehene Produkte, Kaufabsichten oder Suchverläufe – auch wenn der Nutzer zu diesem Zeitpunkt nicht in seinen Meta-Account eingeloggt ist. Zwar kann ein Nutzer durch Datenschutzeinstellungen von Meta verhindern, dass die gesammelten Daten für personalisierte Werbung genutzt werden. Er kann jedoch nicht verhindern, dass die Daten überhaupt gesammelt werden.

Keine Rechtfertigung für die Datenverarbeitung

Das OLG München führt in den Urteilen aus, dass für die Verarbeitung der durch die Business Tools gewonnenen Daten in den beiden entschiedenen Fällen keine Rechtfertigung im Sinne der DSGVO besteht (Art. 6 Abs. 1 DSGVO). Die Klägerinnen hätten in die Datenverarbeitung weder eingewilligt, noch sei sie für die Erfüllung des Nutzungsvertrags zwischen Meta und den Nutzern zwingend erforderlich. Auch könne aufgrund der zurückhaltenden Ausführungen von Meta bezüglich des genauen Zwecks der Datenerhebung nicht angenommen werden, dass die Verarbeitung auf einem berechtigten Interesse im Sinne der DSGVO beruhe.

Die Urteile setzen dabei an die Weiterverarbeitung der Daten nach ihrer Erhebung auf den Drittseiten an. Für diese ist es üblich, im Wege der sog. „Cookie-Banner“ Einwilligungen einzuholen, auch nach ePrivacy-Recht (§ 25 TDDDG). Diese Einwilligungen aber würde, unabhängig von ihrer Wirksamkeit, nur die Erhebung auf den Drittseiten betreffen, nicht aber ihre Kumulation bei Meta. Denn durch das Zusammenführen diverser Daten bei Meta entstehe ein umfassendes Persönlichkeitsprofil und damit ein darüberhinausgehender Informationsgewinn, zu dem jedenfalls in den entschiedenen Fällen keine Einwilligung erteilt worden sei.

Hintergrund und Auswirkungen auf Websitebetreiber

Auslöser dieser Verfahren ist das [EuGH-Urteil C-252/21](#) aus dem Jahr 2023. Der EuGH hatte in dieser Entscheidung die Zulässigkeit der Datenverarbeitung durch Meta nach der DSGVO geprüft und war zu dem Ergebnis gekommen, dass die Voraussetzungen für eine wirksame Rechtsgrundlage eng gefasst seien. In der Folge gingen [zahlreiche Klagen bei Landgerichten](#) ein, von denen einige bereits entschieden wurden und Betroffenen ein Anspruch auf Schadensersatz zugesprochen wurde.

Im Fokus der Verfahren stehen die umfassenden Datenverarbeitungspraktiken durch Meta, weniger die Drittseitenbetreiber, die Meta Business Tools implementiert haben. Auch auf diese können sich die Verfahren indes auswirken, da bei einer unzulässigen Weiterverarbeitung womöglich auch die Erhebung selbst infiltriert wird und damit, wenn ihr notwendiger Zweck die Weiterleitung an Meta und dortige Zusammenführung zu umfassenderen Profilen ist.

Webseitenanbieter sollten die weitere Entwicklung im Auge behalten und rechtzeitig auf den Einsatz von Meta Business Tools verzichten. Bis dahin ist es in jedem Fall elementar, diese Tools nur mit Einwilligung der Webseitenbesucher zu aktivieren.



**Für alle weiteren Fragen rund um das Datenschutzrecht
stehen Ihnen gerne zur Verfügung**



Dr. Kristina Schreiber
+49 221 65065-337
kristina.schreiber@loschelder.de



Dr. Simon Kohm
+49 221 65065-200
simon.kohm@loschelder.de



Dennis Pethke, LL.M.
+49 221 65065-337
dennis.pethke@loschelder.de



Rebecca Moßner
+49 221 65065-465
rebecca.mossner@loschelder.de

Impressum

LOSCHELDER RECHTSANWÄLTE

Partnerschaftsgesellschaft mbB

Konrad-Adenauer-Ufer 11

50668 Köln

Tel. +49 (0)221 65065-0, Fax +49 (0)221 65065-110

info@loschelder.de

www.loschelder.de